

**Буглак А. П.
Ермаков Д. С.**

*студенты кафедры Психологического консультирования
Российский университет дружбы народов,
г. Москва*

ОСОБЕННОСТИ ПРОЭКОЛОГИЧЕСКОГО ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ И КИТАЯ

Аннотация. Статья посвящена особенностям проэкологического потребительского поведения в России и Китае. Проведен анализ особенностей восприятия экологических проблем населением данных стран. Определены особенности отношения потребителей к экологичным товарам, в частности, продуктам питания.

Ключевые слова: экологизация, потребительское поведение, продукты питания.

**Buglak A. P.
Yermakov D. S.**

FEATURES OF ENVIRONMENTAL CONSUMER BEHAVIOR OF THE POPULATION OF RUSSIA AND CHINA

Abstract. The article is devoted to peculiarities of pro-environmental consumer behavior in Russia and China. The analysis of features of perception of environmental problems by the population of Russia and China is carried out. The features of consumers' attitude to eco-friendly products, in particular, food products, are defined.

Keywords: greening, consumer behavior, foodstuff.

Обострение экологической проблемы на глобальном уровне поставило вопрос о радикальном изменении взаимоотношения человека и окружающей среды. Исходя из потребительских стратегий максимизации прибыли, бизнес (в том числе транснациональные корпорации) усиливает и без того избыточное давление на природу. Речь идёт о том, что производственно-хозяйственная и социокультурная деятельность должна соответствовать экологическим императивам.

Модель экологического поведения рассматривается во взаимодействии личностных, внутренних (экологические знания, ценности, мотивация, контроль и чувство ответственности) и контекстуальных, внешних (экологическая политика государства, экологическое образование, средства массовой информации и др.) характеристик [1]. Можно полагать, что потребительское поведение, связанное с приобретением и присвоением товаров, услуг, идей, освоением практик их использования и утилизации [2], выступает важной частью экологической культуры.

Рассмотрим особенности потребительского поведения населения в контексте экологизации производственной и социокультурной сфер в странах-соседях — Российской Федерации и Китайской Народной Республики.

В начале XXI в. на фоне беспрецедентного экономического роста Китай столкнулся с экологическим кризисом и нехваткой ресурсов. Среди населения растёт уровень озабоченности проблемами окружающей среды. Процесс экологизации идёт также и со стороны правительства, которое стремится избежать экологического кризиса, справиться с нехваткой ресурсов и поддержать экономическое и социальное развитие.

Низкий уровень экологического сознания среди является ключевой проблемой и корнем всех противоречий, с которыми сталкивается китайское правительство на пути к экологизации экономики. С 1980-х гг. правительство активно пропагандировало идеи обогащения и неограниченного экономического роста. С одной стороны, это привело к значительному увеличению материального и социального благосостояния населения, с другой, — к формированию культуры потребления.

Большая часть населения до сих пор не считает экологическое благосостояние первичной необходимостью и стремится в первую очередь к благосостоянию материальному. Для решения этой проблемы государство ведёт пропагандистскую кампанию, включающую в себя социальную рекламу, информационные листовки и разъясняющие мероприятия. Также правительство поддерживает просветительскую деятельность общественных организаций [3].

Число россиян, которые активно заботятся об окружающей среде, сегодня скромное, но уровень экологической ответственности в стране изменяется: если в 2010 г. 12 % опрошенных осознавали значимость самих граждан в деле охраны природы, то в 2019 г. — 21 % [4]. Менее четверти жителей России грамотно утилизируют бытовые отходы,

однако, по сравнению с 2015 г., их стало больше на 10 %. Возрастающий интерес к вопросам экологии отражается и на покупательской активности: две трети россиян готовы изменить своё потребительское поведение, если оно будет наносить меньше вреда окружающей среде [5]. Чаще всего люди покупают экологичные продукты питания, бытовую химию и косметику, ищут на упаковке специальную маркировку (правда, в экознаках разбирается только четверть россиян). При этом потребителям не хватает экологичной одежды, мебели и продуктов в упаковке, не наносящей вред окружающей среде. Портрет экопотребителя довольно размытый, наибольшей популярностью экотовары пользуются у работников бизнес-сферы, студентов, фрилансеров и тех, кто трудится в сфере услуг или образования [6].

Что касается потребительского поведения в Китае, то основные изменения произошли в области продуктов питания (рост рынка демонстрирует самые высокие показатели в мире). Ключевыми для жителей КНР становятся следующие факторы: безопасность пищевых продуктов; продукты и напитки здорового и спортивного питания (без пищевых добавок, с низким содержанием калорий, стимулирующие потерю веса); органические продукты; информативность упаковки; импортная продукция (в первую очередь для детского питания); традиционные продукты питания других стран. Основные потребители продуктов здорового питания сосредоточены в городах, располагают высокими и средними доходами. Около 50 % потребителей являются людьми среднего и пожилого возраста, учитывая факт старения населения [7].

Итак, экономический рост в России и Китае неизбежно обостряет проблемы сохранения природы, среди которых одной из основных является проблема развития экологической культуры и соответствующих моделей потребительского поведения в российском и китайском обществах.

Список использованных источников

1. Stern P. C. Toward a coherent theory of environmentally significant behavior // Journal of social issues. 2000. Vol. 56. № 3. P. 407–424.
2. Фоломеева Т. В. Социально-психологический подход к исследованию потребительского поведения // Вестник Московского университета. Серия 14 : Психология. 2012. № 1. С. 145–154.
3. Environmental compliance and enforcement in China. An assessment of current practices and ways forward. Paris : OECD, 2006. 50 p.

4. Экологическая ситуация в России: мониторинг (06.02.2019). URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9544>.
5. Sustainable shoppers buy the change they wish to see in the world. URL: <https://www.nielsen.com/eu/en/insights/report/2018/sustainable-shoppers-buy-the-change-they-wish-to-see-in-the-world>.
6. Как покупатели выбирают экотовары? М. : НП «Экологический союз»; Экобюро GREENS, 2018. 50 с.
7. Фу Ж., Напалкова А. А. Исследование рынка продуктов здорового питания Китая // Инновационные технологии в науке и образовании : материалы IV Междунар. науч.-практ. конф. Чебоксары : Интерактив плюс, 2015. № 4. С. 447–455.

УДК 62:7.05

**Белых Л. Д.
Бушланов А. А.**

магистранты кафедры Культурологии и дизайна УГИ

Панкина М. В.

*профессор кафедры Культурологии и дизайна УГИ
доктор культурологии, член Союза дизайнеров России
Уральский федеральный университет имени
первого Президента Б.Н. Ельцина,
г. Екатеринбург*

ВИРТУАЛЬНАЯ ЭКОЛОГИЯ В ВЕБ-ПРОСТРАНСТВЕ

Аннотация. В статье поднимается вопрос необходимости перехода на принципы устойчивого веб-дизайна. Проанализирована проблема мнимого представления об экологичности цифровой среды, и почему устойчивость в виртуальном мире не сводится к проблемам проектирования и оптимизации. Даются некоторые советы по адаптации устойчивой концепции в проекты дизайнеров.

Ключевые слова: экологический дизайн, экологическая культура, дизайн, графический дизайн, устойчивый дизайн, веб-дизайн, устойчивость

Белых Л. Д., Бушланов А. А., Панкина М. В.